

Beschreibung des Projekts

AniKA – Ankommen in Karlsruhe ist der Karlsruher Weg zur digitalen Unterstützung von Zugewanderten. Unser gemeinsames Ziel ist es, AniKA als Marke der Stadt Karlsruhe zu etablieren.

Die **Internationalisierungsstrategie Karlsruhe** sieht vor: Karlsruhe soll *Welcome City* werden. Der **Integrationsplan** sieht vor, die **Willkommensstrukturen** kontinuierlich zu verbessern. AniKA leistet zu beiden Zielen einen wertvollen Beitrag: Die Plattform bietet verlässliche, mehrsprachige Informationen und erleichtert das Ankommen in der Stadt.

Ein zentrales Handlungsfeld ist dabei die interkulturelle Öffnung verstanden als „Anpassung von Institutionen, Behörden und Verwaltungen an die Anforderungen der Einwanderungsgesellschaft“ (Lima Curvello, 2010). Denn zu den typischen Zugangsbarrieren für Menschen mit Einwanderungsgeschichte in Regelstrukturen zählen u. a. Sprachbarrieren, fehlende Informationen über Angebote und kulturell geprägte Interpretationsmuster der Klienten*innen (Schröer, 2007). Hier setzt AniKA an, indem es Hürden abbaut und den Zugang zu bestehenden Angeboten erleichtert.

Darüber hinaus fördert das **Quartiersmanagement der Stadt Karlsruhe** die Vernetzung aller Aktiven in den Stadtteilen – auch hier liefert AniKA mit seinen Angeboten einen wichtigen Baustein und schafft Schnittstellen zwischen Verwaltung, Beratungsstellen und der Zivilgesellschaft.

Zielsetzung

Oberziel: AniKA als **Marke der Stadt Karlsruhe** etablieren und als **digitale Anlaufstelle** für alle Informationen für (neu) ankommende Menschen positionieren.

Hauptziel: Die Bekanntheit der AniKA-Webplattform weiter steigern.

Unterziele:

- Steigerung der Besucherzahlen (Webseite)
- Aufbau und Pflege eines starken Netzwerks zur Zusammenarbeit (Networking)
- Bekanntmachung der Arbeit von AniKA (Öffentlichkeitsarbeit)

Erfolge des Projekts

a. Webseite



➤ Reichweite & Nutzung

- Bis Anfang September 2025 wurden **34.177 eindeutige Seitenaufrufe** registriert (Vergleich: 47.656 im gesamten Jahr 2024)
- **Interaktionsrate:** +1.314,7 % (2.122 maximale Aktionen pro Besuch im Jahr 2025 gegenüber 150 in 2024)
- **Verweildauer:** +20,8 % (Ø 2:02 Minuten in 2025 gegenüber 1:40 Minuten in 2024)
- **Interne Suchanfragen:** +5,6 % (929 Suchvorgänge in 2025 gegenüber 880 in 2024)



➤ Sprach- und Zielgruppenorientierung

- Integration der **polnischen Sprachversion** in die Webseite
- 28,8% Steigerung der Zugriffe polnischsprachiger Nutzer*innen



- **Content- und SEO-Management**
 - Kontinuierliche SEO-Optimierung zur Steigerung der Sichtbarkeit
 - +5 % Zuwachs an Inhalten/Angeboten sowie +10 % Aktualisierungen bestehender Inhalte
 - Regelmäßige Pflege des Veranstaltungskalenders (8–12 Veranstaltungen online, Ziel: mind. 5)
- **Inhaltliche Weiterentwicklungen**
 - Einbindung der neuen Kachel "Erstberatung" auf der Startseite
 - Überarbeitung der Kachel „Leben“ – (englische Version)
 - Laufende Pflege der Kachel „Communities“
 - Erstellung einer **Unterseite zur Vorstellung des Ehrenamtsteams**
 - Aufbereitung von Inhalten zu **Mentoring-Programmen in Karlsruhe**
- **Feedback- und Evaluationsprozesse**
 - Bearbeitung von Online-Feedback von Besucher*innen
 - Bereitstellung von Webstatistiken sowie begleitenden Analysen für die BfI-Praktikantin, die mit der Evaluation der Website betraut ist
- **Weiterentwicklung der Webseite**
 - Regelmäßiger fachlicher Austausch mit SaaS-Web, unserem Host, zur Programmierung und zum technischen Management
 - Kontinuierliche Optimierung von Struktur und *User Experience* (z. B. Umgestaltung von Kacheln, Navigation, Content-Struktur)

b. Networking

- **Pflege des Netzwerks:**
 - Erstellung und Versand eines **Newsletters** alle 4 Monate
 - Durchschnittlich **65% Beteiligung** an den Bündnistreffen
 - BT Januar 2025: Hauptthemen *Internationalisierungsstrategie: Ziele und die neue Vision Internationales Karlsruhe 2030* sowie *Einbürgerungsantragstellung in Karlsruhe*. (TO in Anhang)
 - BT Oktober 2025: *Aufenthaltsrecht und Asylpolitik; Vorintegration – Leben und Arbeiten in Deutschland; Finanzierung der Deutschkurse und Polizei-Prävention*
- **Gewinnung strategischer Migrantenorganisationen:**
 - Aufnahme des Deutsch-Ukrainischen Vereins e.V. als neues Mitglied
 - Einbindung der Hausvereine des ibz: Spanischer Elternverein Karlsruhe e.V.
 - Vorstellung von Anika bei strategischen Migrantenorganisationen (z.B. Alma Karlsruhe, Juli 2025)
- **Zielgruppenarbeit & Evaluation:**
 - **Fokusgruppe** mit Teilnehmenden von VHS-Deutschkursen sowie internationalen Fachkräften (Juni 2025) im Rahmen der **Evaluation der Webseite**
- **Kooperation mit dem Bürgerbüro:**
 - **Anika-Postkarten** an den Schaltern
 - Aufhängung eines **Plakats** im Wartezimmer (ab Oktober 2025)
 - Präsentation des **Anika-Videos** im Wartebereich
- **Kooperations- und Fachgespräche:**
 - Mit **Frau Verena Meister**, Gleichstellungsbeauftragte. Bedarfe und Hürden zugewanderter Frauen auf dem Arbeitsmarkt



- Mit **Frau Sonja Greiner**, Landratsamt Karlsruhe. Umsetzung des Programms *Mind-Spring* zur Förderung der psychosozialen Stabilität von Geflüchteten und Migrant*innen



- Mit **Frau Esperanza del Real**, AWO-Flüchtlingshilfe. Deutschkurse und Mentoring-Programme

- Mit **Frau Rebecca Weber** und **Frau Daniela Schlittenhardt**, Siebenstein. Elternbegleitung im Rahmen des Bundesprogramms *ElternChanceN*. Deutschkursangebot für Eltern und Kinder. In Kooperation mit Kinderbüro

- Mit **Frau Almut Gülzow**, Goethe-Institut Chile. Projekt *Vorintegration: Leben und Arbeiten in Deutschland* vor dem Hintergrund des Fachkräftemangels



➤ **Externe Vernetzung:**

- Beteiligung an Netzwerk Internationale Fachkräfte in der TechnologieRegion Karlsruhe (Sep. 2025)

c. Öffentlichkeitsarbeit



➤ **Social Media:**

- Kontinuierliche Pflege und Steigerung der Reichweite des Instagram-Kanals (788 Follower, Stand September 2025)



➤ **Karlsruhe App:**

- Einrichtung (Mai 2025) und laufende Aktualisierung des AniKA-Kanals (Ø 7,5 neue Abonnent*innen pro Monat)



➤ **Präsenz bei Veranstaltungen:** Sichtbarkeit und Vernetzung durch Informationsstände und Beiträge bei:

- Alma Assoziation „*Strong Roots Breaking Down Borders for Latinas*“ (März 2025)
- O-Phase des KIT für internationale Studierende (April 2025)
- MONDO (Juni 2025)
- FOLKloria (Sep. 2025)
- Einbürgerungsfeier (Sep. 2025)
- Frauenwirtschaftstage (Okt 2025)
- Infobörse des ibz „Arbeit, Aus- und Weiterbildung“ (Okt 2025)



➤ **Werbematerialien:**

- Aktualisierung der Postkarte mit stärkerem emotionalem Bezug (Integration von Fotos Zugewanderter)
- Give-aways: Handyhalter mit farbigem Logo (Nachbestellung) sowie Mäppchen mit AniKA-Logo für die Kinder-Mal-Aktion bei MONDO 2025



➤ **Werbe- und Kommunikationsstrategie:**

- Kontakt mit PIA zur Verbreitung des Image-Videos der AniKA-Website.
- Regelmäßige Verteilung von Postkarten und Plakaten



➤ **Öffentlichkeitswirksame Aktionen:**

- Kinder-Mal-Aktion bei MONDO- Kinder aus aller Welt malen ihren Lieblingsort in Karlsruhe. Ziel: Sichtbarmachung von Vielfalt
- Abdruck der Zeichnungen auf der Rückseite der AniKA-Postkarte
- Geplante Ausstellung der Kinder-Werke im ibz
- Potenzielle Kooperation mit dem MartA-Projekt: Einladung der Mütter der teilnehmenden Kinder





➤ **Wertschätzung Ehrenamtlicher:**

- Jahresabschluss-Treffen mit Dankeschön-Aktion (Dezember 2025)

d. Weiteren Tätigkeiten

➤ **Strategische Kooperation innerhalb des Bündnisses:**

- Erarbeitung eines *Memorandum of Understanding* (MoU) mit Partnerorganisationen zur Stärkung der Zusammenarbeit und zur weiteren Bekanntmachung der AniKA-Webplattform

➤ **Berichte und Anfragen:**

- Regelmäßige Erstellung und Auswertung statistischer Berichte zur Websitenutzung.
- Erstellung eines Sachberichts für die Volt-Fraktion (Themenfeld „Arbeit und Beruf“ – Ziele und Wirkungen von AniKA)
- Beantwortung und Weiterleitung von Anfragen über das Kontaktformular der Webseite
- Austausch mit Dezernat 3 zur Optimierung der Webseite und strategischen Zielen (Sep. 2025)

➤ **Organisation und Koordination:**

- Vorbereitung und Durchführung der Steuerungsgruppen-Sitzungen sowie der AniKA-Bündnistreffen:
 - ✓ Themensuche und Priorisierung
 - ✓ Auswahl und Betreuung von Referent*innen
 - ✓ Logistik und Organisation bei Standortwechsel

➤ **Ehrenamtsmanagement:** Gewinnung und Koordination neuer Ehrenamtlicher.

- Designerin (Layout & Corporate Design)
- Ehrenamtlicher für die polnische Sprachversion der Webseite
- Ehrenamtlicher für Unterstützung bei Veranstaltungen
- Unterstützung bei der Verteilung von Postkarten



Andrea Ramirez F.
Leitung AniKA